

Opinnäytetyö (AMK)

Diakin viestinnän koulutusohjelma

Journalismi

2013

Juhani Koskinen

MITEN VEIKKAAJAT.COMIN UUTISTUOTANTOA VOIDAAN KEHITTÄÄ?

– Kyselytutkimus Veikkaajat.comille



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Juhani Koskinen

MITEN VEIKKAAJAT.COMIN UUTISTUOTANTOA VOIDAAN KEHITTÄÄ?

Journalismin siirtyessä yhä enemmän verkkoon, on yksityisten toimijoiden ollut entistä helpompaa luoda omia uutissivustojaan ja saada niille suurta näkyvyyttä internetissä. Yksi Suomen suosituimmista urheilu-uutisverkkosivustoista on mediapersoona Aleksi Valavuoren perustama Veikkaajat.com, jonka lukijamäärät ovat kasvaneet räjähdymäisesti viimeisten vuosien aikana. Tämä opinnäytetyö pyrkii kehittämään Veikkaajat.comin uutistuotantoa, jotta sivusto pystyisi jatkamaan kehitystään ja palvelemaan lukijoitaan mahdollisimman hyvin.

Opinnäytetyön tutkimusstrategiaksi valittiin kyselytutkimus, jonka avulla pyrittiin keräämään Veikkaajat.comin lukijoilta mahdollisimman hyvä käsitys siitä, mikä sivuston uutistuotannossa on hyvää ja mikä huonoa. Kyselyyn oli mahdollista vastata aikavälillä 27.10.-3.11.2013 ja siihen vastasi 392 ihmistä. Kyselylomaketutkimuksen lisäksi työhön haastateltiin Veikkaajat.comin Mikael Ketosta ja Tatu Virtasta sekä ennen että jälkeen kyselyn, jotta lukijapalautteen tueksi saatiin myös tekijöiden näkökulmat sivuston kehittämiseen.

Tutkimusaineistona toimivista kyselylomaketutkimuksesta sekä tekijähaastatteluista saatiin laaja käsitys Veikkaajat.comin uutistuotannon tilasta. Lukijapalaute oli pääosin positiivista, mutta useita kehityskohteita tuli ilmi. Veikkaajat.comin uutistuotannon nopeuteen, kieliasuun ja videoiden käyttöön oltiin tyytyväisiä, mutta uutisoinnin journalistisessa tasossa, laajuudessa ja monipuolisuudessa oli kehitettävää. Lukijat ovat tyytyväisiä Veikkaajat.comin uutisten määrään ja laatuun, mutta kirjoittajien on tulevaisuudessa uutisoitava aiheista laajemmin ja monipuolisemmin, jos he haluavat kehittää sivustoaan. Hyviä keinoja sivuston kehittämiseen vastaisuudessa ovat ensisijaisesti kolumnien, mielipidekirjoitusten ja haastattelujen määrän lisääminen Veikkaajat.comin uutistuotannossa.

ASIASANAT:

Journalismi, urheilujournalismi, verkkojournalismi, verkkojulkaisu, urheilujournalisti, kyselytutkimus.

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme of communications | Journalism

2013 | 28

Instructor: Samuel Raunio

Juhani Koskinen

HOW TO DEVELOP THE NEWS PRODUCTION AT VEIKKAAJAT.COM?

Journalism is increasingly moving to the internet and it is easier for private people to create their own news site and get high visibility for their site on the Internet. One of the most popular sports-news websites in Finland is Veikkaajat.com, which was founded by a media personality Aleksi Valavuori. The number of readers of Veikkaajat.com has increased explosively in recent years. The present bachelor's thesis aims to develop the news production at Veikkaajat.com, so that the site would be able to continue to evolve and serve the readers as well as possible.

The research method applied was a survey, which focused on collecting the readers' opinions about what is good and what should be developed in the website's news production. The survey was conducted between 27 October and 3 November 2013 and it was responded by 392 people. In addition to the survey, Mikael Ketonen and Tatu Virtanen from Veikkaajat.com were interviewed both before and after the survey in order to gather the site producers' opinions on the website development.

The data gathered with the help of the survey and the interviews provided a broad understanding about the news production at Veikkaajat.com. The readers' feedback was mostly positive, but still a number of development areas emerged. The readers were satisfied with the speed, linguistic form and the use of videos but journalistic coverage as well as the extent and diversity of journalism need improvement. The readers are satisfied with the quantity and quality of the news, but in the future the writers have to cover news items more extensively and write about more versatile topics if they want to improve the site. Good ways to develop the website in the future are above all writing more columns, letters to the editor and publishing more interviews in the news section of Veikkaajat.com.

KEYWORDS:

Journalism, sports journalism, web journalism, web publication, sports journalist, survey.

SISÄLTÖ

1 JOHDANTO	6
2 MIKÄ ON VEIKKAAJAT.COM	8
2.1 Veikkaajat.com mediana	8
2.2 Tekijöiden näkökulma	10
3 KYSELYTUTKIMUS	15
3.1 Kyselyn valmistelu ja aineiston keruu	15
3.2 Sukupuolijakauma ja kiinnostavuus	16
3.3 Ajankohtaisuus ja uutisvirta	18
3.4 Kritiikki	20
3.5 Tulokset tekijöiden silmin	21
4 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITYSEHDOTUKSET	23
LÄHTEET	25

LIITTEET

Liite 1. Tekijähaastattelun kysymykset 26.9.2013.
Liite 2. Kyselytutkimuksen runko.

KUVAT

Kuva 1. Veikkaajat.comin kävijämäärät 1.1.-30.11.2013. (Google Analytics 2013, kuvankaappaus)	9
Kuva 2. Veikkaajat.comin etusivu. (Veikkaajat.com 2013, kuvankaappaus)	11
Kuva 3. Veikkaajat.comin uutisesimerkki: aihe muualta, kuva YouTubesta. (Veikkaajat.com 2013, kuvankaappaus)	14

KUVIOT

- Kuvio 1. Kyselylomakkeen kysymys 1.
- Kuvio 2. Kyselylomakkeen kysymys 4.
- Kuvio 3. Kyselylomakkeen kysymys 7.
- Kuvio 4. Kyselylomakkeen kysymys 12.
- Kuvio 5. Kyselylomakkeen kysymykset 16 ja 17.

1 JOHDANTO

Aikoinaan televisio syrjäytti radion joukkotiedotusvälineenä, ja hyvin samankaltaisella tavalla internet on hiljalleen viemässä television asemaa joukkoviestimenä (Paloheimo 2005). Tänä päivänä internet on täynnä erilaisia uutissivustoja, eivätkä radion ja television kaltaiset joukkoviestimet pysty enää kilpailemaan nopeudessa verkon kanssa. Myös internetin urheilu-uutissivustot kilpailevat siitä, kuka uutisoi nopeiten ja parhaiten. Aiemmin malttamattomimmat saivat informaation nopeiten tekstitelevision välityksellä. Tekstipohjaisen reaaliaikaisen urheilujournalismin esikuvista yksi on tekstitelevisio, joka on vuosikausia seurannut muun muassa jääkiekko-otteluiden tapahtumia minuutti minuutilta (Paloheimo 2005). Tilanne verkkourheilujournalismin kentällä on se, että nopeat syövätkä hitaat. Lukijat haluavat tiedon nopeammin, tehokkaammin ja laadukkaammin ja tekijöiden on pyrittävä vastaamaan huutoon parhaansa mukaan.

Opinnäytetyöni aiheena on Veikkaajat.com-urheilu-uutissivustolle tehtävä kyselytutkimus. Käytän kyselytutkimusta selvittääkseni käyttäjien näkemyksiä sivustosta ja näiden tietojen ja näkemysten pohjalta pyrin antamaan kehitysehdotuksia sivustolle. Kirjallinen osa ja produktio kytkeytyvät toisiinsa siten, että kirjallisessa osassa käydään läpi produktion (kyselyn) vastaukset, tulokset ja tehdään johtopäätökset kyselystä. Työni aihe on tilattu, ja tutkimukseni tulokset voidaan irrottaa työstä omaksi osakseen ja luovuttaa toimeksiantajan käyttöön.

Työssä keskitytään lähinnä selvittämään, mikä Veikkaajat.comissa on hyvää ja mikä huonoa. Yhtenä tärkeimmistä tutkimusongelmista on se, että mitä uusia keinoja voidaan keksiä sivuston kehittämiseen ja kasvattamiseen.

Valitsin opinnäytetyöni aiheeksi Veikkaajat.comin, koska olen itse yksi sivuston tekijöistä. Journalismin siirtyessä entistä enemmän verkkoon ja Veikkaajat.comin kasvaessa jatkuvasti suuremmaksi ja suuremmaksi sivustoksi, näen työni aiheen tuovan journalismin kentälle tietoa siitä, millaisesta journalismista ja millaisista urheilu-uutisista lukijat ovat kiinnostuneita.

Työni päätutkimuskysymys on: “Miten Veikkaajat.comin uutistuotantoa voidaan kehittää?”. Veikkaajat.comilla on yli 30.000 Facebook-tykkääjää (Facebook 2013) ja 2000 Twitter-seuraajaa (Twitter 2013), joten kyselyyn on saatavissa merkittävä vastauskanta. Myös kohderyhmän kanssa kommunikointi on tärkeää, jotta tuote pystyisi kehittämään itseään paremmaksi ja kiinnostavammaksi.

Työ sisältää siis Webropol-kyselyn tuloksineen sekä kirjallisen osuuden, jota toimeksiantaja voi hyödyntää tulevaisuudessa. Menetelmänä on kyselylomaketutkimus, jonka kohderyhmänä on Veikkaajat.comin lukijat. Tuotantoon ja tuotteiden käyttöön liittyy monia ihmisryhmiä, joiden kokemuksia, tietoja tai uskomuksia on tarpeen selvittää tutkimuksin. Näitä ihmisiä ovat yrityksen nykyiset ja potentiaaliset asiakkaat, tuotteiden ostajat ja käyttäjät, sekä myös yrityksen oma henkilöstö. (Helsinki University of Art and Design 2013.) Osittain tämän vuoksi koin tarpeelliseksi selvittää työssäni sekä Veikkaajat.comin lukijoita sekä sivuston omaa henkilöstöä. Työ toteutettiin Webropol-kyselylomakeella, koska kysely tehtiin suurelle vastaajajoukolle. Kysely oli vastattavana aikavälillä 27.10.-3.11.2013 ja siihen vastasi 392 ihmistä.

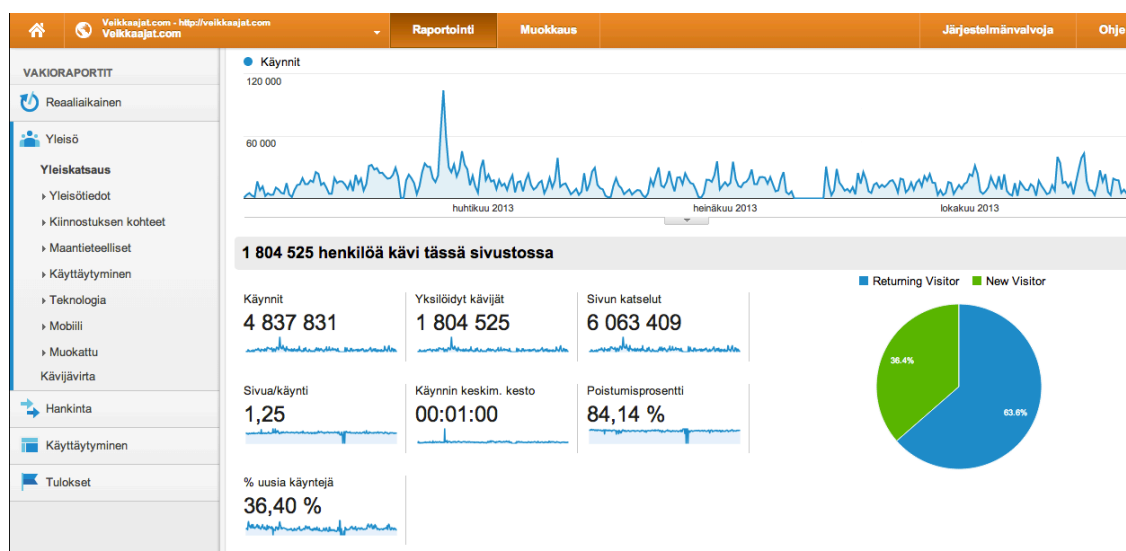
Tärkeimpänä menetelmänä on Webropol-kysely. Opinnäytetyöhön haastateltiin myös Veikkaajat.comin toimittajaa Tatu Virtasta ja toiminnanjohtajaa Mikael Ketosta, joilta pyrittiin saamaan mahdollisimman paljon apuvälineitä siihen, miten sivustoa kehitetään niin, että myös opinnäytteeni on mukana tässä kehitystyössä.

Opinnäytetyötekstini etenee siten, että aluksi kerron Veikkaajat.comista ja suomalaisesta urheiluverkkojournalismista yleensä. Tämän jälkeen vuorossa on tekijöiden näkökulma, jossa käyn läpi ennen kyselyä tehtyjä tekijähaastatteluja. Itse kyselytutkimus käydään läpi kertomalla sen valmistelusta, aineiston keruusta, analysoinnista sekä tulosten esittelystä. Lopuksi tehdään johtopäätökset ja kehitysehdotukset.

2 MIKÄ ON VEIKKAAJAT.COM

2.1 Veikkaajat.com mediana

Veikkaajat.com on mediapersoona Aleksi Valavuoren perustama urheilu-uutisiin ja vedonlyöntiin keskittyvä internet-sivusto, joka on viime vuosina noussut yhdeksi Suomen seuratuimmista verkkomedioista. Veikkaajat.comilla on Facebookissa yli 30.000 tykkääjää (Facebook 2013), ja Twitterissäkin yli 2000 seuraajaa (Twitter 2013). Veikkaajat.com-sivustolla on 1.1.2013-30.11.2013 vierailut lähes viisi miljoonaa kävijää ja sivua on katseltu yli kuusi miljoonaa kertaa (ks. kuva 1).

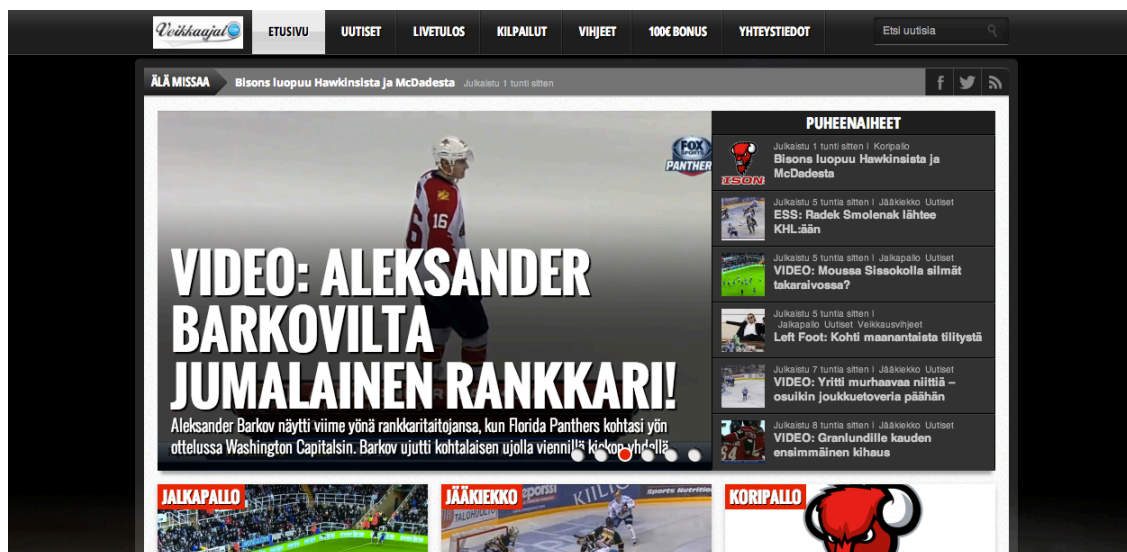


Kuva 1. Veikkaajat.comin kävijämäärät 1.1.-30.11.2013. (Google Analytics 2013, kuvankaappaus)

Veikkaajat.comin kaikki sisältö liittyy jollain tavoin urheiluun. Uutiset käsittelevät pääasiassa jalkapalloa, jääkiekkoa ja koripalloa, mutta myös muut lajit kuuluvat sivuston aiheisiin. Omaa journalistista sisältöä Veikkaajat.com ei juurikaan tuota, vaan se keskittyy etsimään internetistä mielenkiintoisia juttuja, jotka se sitten jakaa lukijoidensa kanssa. Hyvänä esimerkkinä tästä ovat esimerkiksi videot ja kuvat, joita Veikkaajat.com pyrkii jakamaan usein lukijoilleen. Usein etusivun näkyvimmälle paikalle asetetaan esimerkiksi video, jonka uskotaan kiinnostavan

lukijoita (ks. kuva 2). Veikkaajat.comin uutistoimitus toimii neljän hengen vapaaehtoisvoimin, joten se asettaa tietynlaisia rajoituksia sivuston sisältöön. Sivusto sisältää urheilu-uutistoiminnan lisäksi vetovihjepalvelun, ja sivustolla järjestetään myös paljon kilpailuja, joiden kautta lukijat voivat voittaa erilaisia palkintoja, kuten esimerkiksi matkoja urheilutapahtumiin. Veikkaajat.com on suunnattu kaikille urheilusta ja vedonlyönnistä kiinnostuneille ihmisille, iästä ja sukupuolesta riippumatta. (Veikkaajat.com 2013.) Veikkaajat.com tunnetaan verkkourheilujournalismin kentällä medianä, jonka ote on usein rennompi kuin muiden. Jutut ja otsikoinnit sisältävät usein huumoria, jollaista suurin osa sivustoista ei käyttäisi uutisoinnissaan.

Oikeastaan kaikki Veikkaajat.comin uutiset julkaistaan verkkosivun lisäksi Facebookissa sekä Twitterissä. Facebook ja Twitter ovat tärkeitä jakokanavia tämän päivän verkkojournalismissa ja linkkejä, joiden avulla lukijat löytävät esimerkiksi Veikkaajat.comin sivustolle. Teemu Hakkarainen käsittelee Laurea-ammattikorkeakoulun Liiketalouden koulutusohjelmassa Urheilulehdelle tekevänsä opinnäytetyössä, mikä on Twitterin ja Facebookin merkitys urheilussa. Yksi hänen työnsä tavoitteista oli ymmärtää Twitterin merkitys uutena välineenä sekä tärkeänä sosiaalisen median palveluna, jotta urheilulehden Twitter-konseptin rakentaminen olisi perusteltua. Lisäksi oli erityisen tärkeää osoittaa Twitterin sisältämä potentiaali, koska Suomessa Twitter ei ole saavuttanut vielä suurta suosiota. (Hakkarainen 2011, 30). Hakkaraisen opinnäytetyöstä on ainoastaan kaksi vuotta, mutta tänä päivänä Twitter on saavuttanut Suomessa jo paljon suuremman suosion.



Kuva 2. Veikkaajat.comin etusivu. (Veikkaajat.com 2013, kuvankaappaus)

Marko Ollonqvist ja Joni Piirainen käsittelivät Turun ammattikorkeakoulun Viestinnän koulutusohjelmaan Puuttuva palanen -opinnäytetyössään viittä erilaista urheilua käsittelevää uutisverkkosivua, joista yksi oli Veikkaajat.com. Valittujen verkkolehtien valintaa puolsivat niiden näkyvyys mediassa, kiinnostavuus sekä niiden kaupallisuus, ja tunnettavuudeltaan ne ovat maamme verkkouutisjournalismin kärkipäätä. (Piirainen & Ollonqvist 2013, 16.) Veikkaajat.com keskittyy sivustollaan päivittäiseen urheilu-uutistuotantoon ja sen jutut käsittelevät kaikkea urheiluun ja urheiluvedonlyöntiin liittyvää. Veikkaajat.comin toiminnassa on mukana perustaja Valavuoren lisäksi neljä toimittajaa, toiminnanjohtaja Mikael Ketonen sekä vedonlyöntiin liittyvän vihjepalvelun jäsenet. Toimitustyötä johtaa Tatu Virtanen. Ketosta ja Virtasta haastateltiin ennen varsinaisen kyselyn julkaisua, sillä yleisötutkimuksen tekijän tulee neuvotella tilaajan kanssa siitä, mihin konkreettiseen kehittämistarpeeseen yleisötutkimusta tarvitaan (Lindholm & Cantell 2011, 62).

2.2 Tekijöiden näkökulma

Haastattelun ideana on kerätä tietoa kielellisen vuorovaikutuksen avulla. Käsit-

teenä haastattelu on kuitenkin laaja eikä sitä voi ajatella vain tutkimusmenetelmänä. (Hirsjärvi & Hurme 2001.) Ketosen ja Virtasen haastattelut tehtiin parihaastatteluna, koska kyseessä oli molempia osapuolia koskeva asia. Parihaastattelua käytetään usein, kun kehitetään uusia ideoita, pyritään saamaan selville kuluttajien tarpeita tai asenteita tai kehitetään uusia palveluita. (Hirsjärvi & Hurme 2011, 61–63.) Ketosen ja Virtasen haastattelu tehtiin parihaastatteluna, koska näin heidän mielipiteensä saivat tukea toisiltaan tai vaihtoehtoisesti haastateltavat pystyivät punnitsemaan vastauksia keskenään. Haastattelu tehtiin 26.9.2013 Turussa, siinä oli 13 kysymystä ja se kesti noin tunnin (ks. liite 1). Haastattelu nauhoitettiin, minkä jälkeen se litteroitiin tietokoneelle. Ketonen ja Virtanen päätyivät haastateltaviksi, sillä Ketonen on vastuussa koko Veikkaajat.comin toiminnasta, ja Virtanen on vastuussa uutistoiminnasta.

Ketonen ja Virtanen näkevät Veikkaajat.comin Suomen positiivisimpana urheilumedianana, sillä uutissivustolla on korkea kynnys julkaista mitään negatiivisia uutisia, kuten esimerkiksi doping-uutisointia.

Veikkaajat yrittävät tehdä muista medioista erottuvaa julkaisua, positiivisuuden kautta. Veikkaajat.com haluaa kasvaa Suomen suurimmaksi ja mahtavimmaksi urheilu-uutissivustoksi ja olla osana suurempaa kokonaisuutta yhteistyössä suomalaisen urheilun kanssa.” (Ketonen, M. & Virtanen, T. henkilökohtainen tiedonanto 26.9.2013.)¹

Veikkaajat.com kokee, ettei heidän tarvitse kirjoittaa negatiivisista asioista. Sivusto ei siinä mielessä ole journalistinen, vaan tarkoitus on lähestyä lukijoita kiinnostavilla asioilla, positiivisesti. Yksi Veikkaajat.comin pääperiaatteita on, että he tekevät asiat juuri siten, kuten parhaaksi näkevät. Sivuston päämäärä ja tavoite onkin tehdä kiinnostavaa ja mielenkiintoista sisältöä, vaikka se ei journalistisesti arvostettavaa olisikaan. (Ketonen & Virtanen 2013.)

Sivusto on suunnattu urheilusta kiinnostuneille henkilöille, penkkiurheilijoille ja nuorille. Tarkoituksena on harrastaa esimerkiksi yhteistyötä viihteen ja urheilun tahojen kanssa ja sitä kautta avata uusia mahdollisuuksia kuluttajillekin. (Ketonen & Virtanen 2013.)

Veikkaajat.com on vedonlyöntiyhtiö Nordicbetin kanssa yhteistyötä tekevä verkkojulkaisu, joka on urheiluun monipuolisesti keskittyvä uutissivusto. Se tarjoaa

¹ Jatkossa (Ketonen & Virtanen 2013)

ajankohtaisia uutisia, videoita sekä ennen kaikkea toimii keskustelun avaajana monelle erilaiselle urheilun ilmiölle. Veikkaajat.com on esiintynyt monella tapaa mediassa, ja luonut mainettaan niin uutissivustona kuin myös lisännyt kansainvälisen vedonlyöntiyhtiön tunnettavuutta. (Piirainen & Ollonqvist 2013, 19.)

Suurin syy Veikkaajat.comin suosioon on sen perustajan Aleksi Valavuoren kiistelty persoona, jonka perusteella monet joko rakastavat, tai vihaavat häntä. Juuri Valavuori on suurin asia, mikä erottaa Veikkaajat.comin muista samantyyillisistä sivustoista, sillä julkisuuden henkilö tuo mukanaan paljon kontakteja, joita muilla ei välttämättä ole. Kyseisiä kontakteja tulisi hyödyntää vielä enemmänkin, jotta saataisiin parempia kisoja, haastatteluja ja kullissien takaa tarinoita. Tietoa, jota muut eivät saa. (Ketonen & Virtanen 2013.)

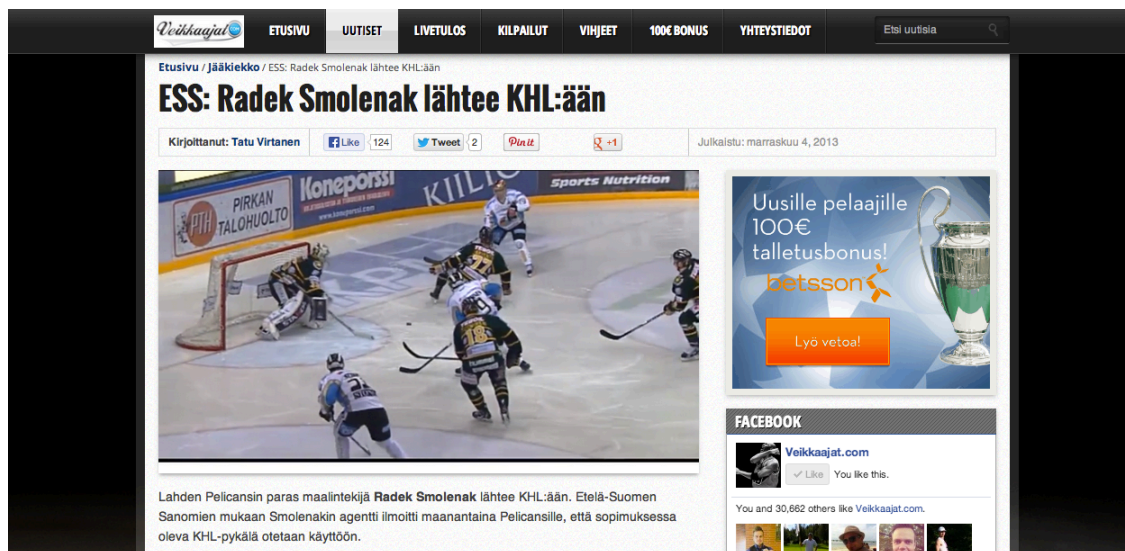
Päädyin tekemään Veikkaajat.comin tekijöiden kanssa mahdollisimman rennot ja avoimet haastattelut, sillä kehittämistarpeen tunnistamisen tulee tapahtua tekijän ja tilaajan avoimissa keskusteluissa (Lindholm & Cantell 2011, 62.)

Veikkaajat.comin ulkoasussa ja uutisaiheissa ja journalistisessa puolessa on paljon kehitettävää. Omat jutut ovat jääneet vähäisiksi, ja esimerkiksi kolumneja on vähän. Kolumneja ilmestyy ainoastaan noin kerran kuussa, jos sitäkään (Ketonen & Virtanen 2013).

Myös Piirainen ja Ollonqvist havaitsivat kyseisen kehityskohteen omassa työssään. Tutkiessaan kolmea eri verkkolehteä (Veikkaajat.com, Jatkoaika.com ja SuomiKiekko.com) korostui se seikka, ettei SuomiKiekko.com -ryhmittymän ja Veikkaajat.com:n sivustoilla ollut juurikaan analyyttisiä journalistisia tuotoksia. Edellä mainittujen sivustojen journalistinen tuotanto keskittyi lähes yksinomaan uutistuotantoon. (Piirainen & Ollonqvist 2013, 21.)

Veikkaajat.comia on hankala verrata aiemmin mainittuihin urheilumedioihin, sillä ne keskittyvät oikeastaan vain yhteen lajiin, joka on jääkiekko. Veikkaajat.com taas käsittelee uutistarjonnassaan kaikkea urheiluun liittyvää, niin tuloksia kuin esimerkiksi ilmiöitäkin. Mutta vaikka sivustoja olisikin vaikea vertailla, niin samankaltaisilta urheiluun keskittyviltä sivustoilta voi kuitenkin ottaa mallia asioissa, joita ne tekevät hyvin. Esimerkiksi Jatkoaika.com on yksi Suomen johtavista jääkiekkomedioista, vaikka se toimii Veikkaajat.comin tapaan vapaaehtoisvoimin. Jatkoajalla on toki enemmän työvoimaa kuin Veikkaajilla, mutta journalistiselta näkökannalta Veikkaajat.com voisi ottaa paljon oppia Jatkoaika.comilta. Jatkoaika.com käyttää jutuissaan enemmän haastatteluja ja omia kuviaan, kun taas Veikkaajat.com kopioi juttuaiheet lähinnä internetistä ja käyttävät kuvina

YouTubeen kuvankaappauksia (ks. kuva 3).



Kuva 3. Veikkaajat.comin uutisesimerkki: aihe muualta, kuva YouTubeista. (Veikkaajat.com 2013, kuvakaappaus)

Yleisötutkimuksessa on tärkeintä selvittää se, mitä kehitettävää Veikkaajat.comissa on lukijoiden mielestä. Omalle tekemiselle on aina vähän sokea, eikä näe kokonaisuutta kuten muut. Kaikki pitää rakentaa sen ympärille, millaisia juttuja lukijat haluavat lukea ja mitä he ylipäättään haluavat. Tämän jälkeen tekijöiden tulee tehdä mitä lukijat haluavat, ja ylittää heidän odotuksensa. (Ketonen & Virtanen 2013.)

Veikkaajat.com-sivustolla on käytössään osaavia ihmisiä, joten pitäisi tehdä enemmän suoranaisia haastatteluja, sillä tällä hetkellä niitä on vähän. Pitäisi saada myös enemmän yhteyksiä urheilijoihin ja haastatella heitä, eikä keskittyä pelkkään uutistuotantoon. (Ketonen & Virtanen 2013.)

Tekijöiden tavoitteena on saada kyselyn kautta käytännössä yleiskuva sivuston tilasta, mutta kuitenkin jotain tarkempaa.

Kysely ei saa olla hirveän laaja, sillä silloin siitä ei saa mitään yksityiskohtaista tietoa. Tällä hetkellä tekijät ainoastaan arvailevat, mitä ihmiset haluavat, ja yrittävät sen mukaan tehdä. Parhaiten kysely onnistuisi silloin, jos siinä tulisi esiin jokin asia, missä on paljon kehitettävää, eikä sitä ole huomattu. Omalle sivustolle on aina hieman sokea, eikä siinä välttämättä huomaa kaikkia puutteita, jotka lukijat huomaavat. Sivustosta on tullut melko vähän palautetta ja toivottavasti kyselyn avulla tulee enemmän. (Ketonen & Virtanen 2013.)

Veikkaajat.comin tavoitteena on tehdä parempi tuote ja saada lisää asiakkaita tulevaisuutta silmällä pitäen.

Kun sivustolla on Facebookissa yli 30 000 tykkääjää (Facebook 2013), niin asioita tehdään varmasti hyvinkin. Sivuston kehittämisessä on tärkeää ajatella positiivisesti. Yksi sivuston vahvuuksista on se, että kirjoittajat ovat verbaalisesti lahjakkaita, jutut hauskoja ja kirjoitukset ovat sellaisia, joita ihmiset jaksavat lukea. (Ketonen &

Virtanen 2013.)

Veikkaajat.comin yhtenä vahvuutena on se, että sivusto avaa uutistensa aiheen jo otsikointitasolla. Nykyään yritetään saada lukijoita houkuttelevalla otsikoinnilla, joka ei paljasta jutun sisällöstä juuri mitään, mutta pakottaa klikkaamaan. Veikkaajat.comin yksi periaatteista on, että asia kerrotaan jo otsikossa.

3 KYSELYTUTKIMUS

3.1 Kyselyn valmistelu ja aineiston keruu

Alustavista tekijähaastatteluista selvisi se, että tärkein asia tehtävässä kyselyssä on selvittää, mitä Veikkaajat.comin lukijat haluavat lukea ja millaisesta uutisoinnista he ovat kiinnostuneita. Veikkaajat.com on tähän mennessä keskittynyt kevyempään uutisointiin, kiinnostavien videoiden tarjoamiseen, urheilumaa- ilman puheenaiheiden jakoon ja keskusteluun osallistumiseen. Tekijät kuitenkin haluavat kehittää sivustoa paremmaksi, ja siinä onnistuakseen tärkeintä on tietenkin lukijan mielipide. Kyselyn kysymyksiä suunnitellessa on tärkeää miettiä tarkkaan, ettei kyselystä tule liian laaja. Kyselyssä keskityttiin lähinnä siihen, että mikä lukijoiden mielestä Veikkaajat.comin uutisoinnissa on hyvää ja mikä huonoa.

Yksi kyselyn tärkeistä tavoitteista oli auttaa Veikkaajat.comin tekijöitä keskittämään voimavaransa oikeisiin asioihin. Pienessä työyhteisössä työskennellessä olisi ensi arvoisen tärkeää osata tehdä sellaisia asioita, jotka kiinnostavat. Vaikka jokin uutisaihe kiinnostaisi kirjoittajaa itseään, niin se ei välttämättä kiinnosta lukijoita. Tällöin jutun kirjoittaminen on oikeastaan täysin turhaa sivustolle, joka elää klikkaajista ja lukijoista. Tämän vuoksi kyselyn tulosten toivoisi selvittävän sitä, millaiset jutut lukijoita kiinnostavat, etteivät Veikkaajat.comin työntekijät tee turhaa työtä.

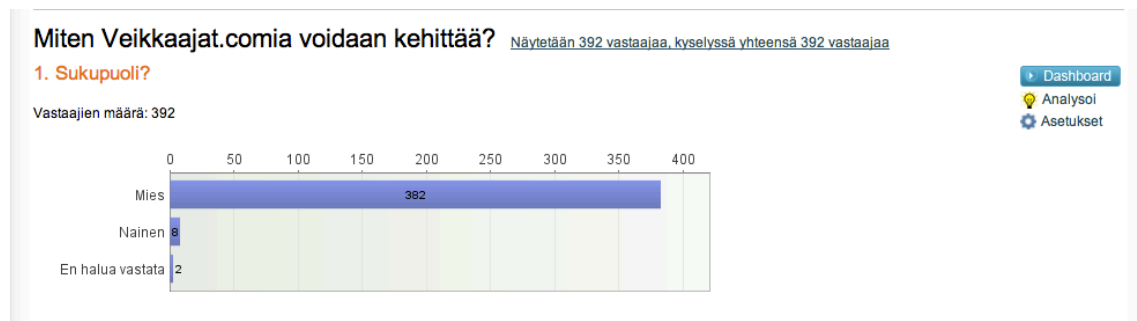
Kyselyn tavoitteena oli myös selvittää, mitä uusia keinoja sivuston kehittämiseen tai kasvattamiseen voisi olla. Tällä hetkellä Veikkaajat.com järjestää paljon kilpailuja, joissa voi voittaa esimerkiksi lippuja tai matkoja erilaisiin urheilutapahtumiin. Kilpailut ovat hyvä keino saada ihmisiä osallistumaan, mutta on tärkeää löytää muitakin keinoja. Kysely jaettiin Facebookin ja Twitterin avulla, joiden myötä kyselyä pyrittiin saamaan tarpeeksi laajalle vastaajakunnalle.

Kyselylomaketutkimus julkaistiin 27.10.2013, se oli auki viikon ja suljettiin 3.11.2013. Kyselylomake sisälsi yhteensä 20 kysymystä, joista osa oli moniva-

lintoja ja osa vapaasti vastattavia (ks. liite 2). Kyselyä jaettiin ja mainostettiin läpi viikon Veikkaajat.comin Facebook- ja Twitter-sivuilla, ja siihen vastasi lopulta 392 lukijaa. Kyselyssä kysyttiin taustatietoina vastaajien sukupuolta, ikää sekä sitä, mitä muita julkaisuja vastaajat urheilujournalismissa seuraavat Veikkaajat.comin lisäksi. Sukupuolikysymykseen ei ollut pakko vastata.

3.2 Sukupuolijakauma ja kiinnostavuus

Hämmentävää oli se, että miltei neljästä sadasta vastaajasta vain kahdeksan oli naisia (ks. kuvio 1). Urheilua pidetään tunnetusti maskuliinisena ja enemmänkin miehisenä asiana, mutta olisin kuitenkin odottanut, että naisosallistujia olisi ollut enemmän. Tässä on Veikkaajat.comille hyvä mahdollisuus pyrkiä kehittämään toimintaansa niin, että naiset kiinnostuisivat siitä enemmän. Kiinnostavia voisivat olla esimerkiksi naiskirjoittajat, jotka kirjoittaisivat urheilusta naisen näkökulmasta. Naislukijoiden voisi kuvitella lukevan mielellään toisen naisen mielipiteitä urheilusta tai vedonlyönnistä.

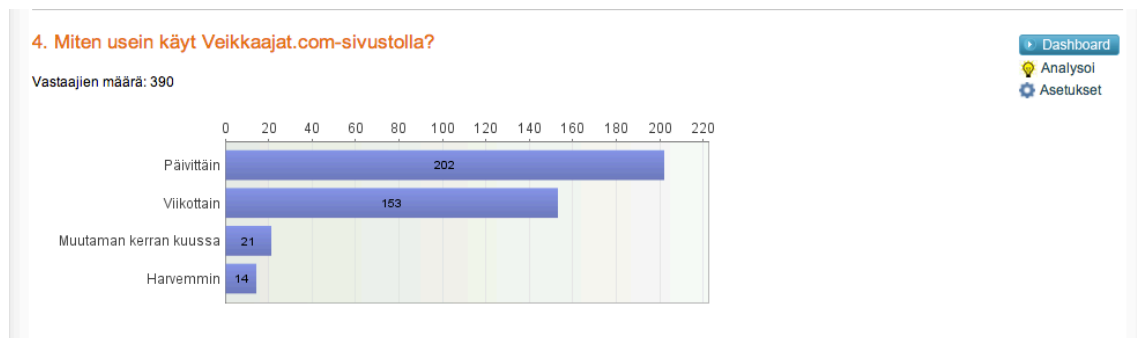


Kuvio 1. Kyselylomakkeen kysymys 1.

Vastaajista valtaosa oli siis 18–25 vuotiaita miehiä, mikä ei tullut yllätyksenä. Kohderyhmä on Veikkaajat.comin kaltaiselle rennolle urheilu- ja vedonlyöntisivustolle melko selkeästi juuri nuorissa aikuisissa miehissä ja heille uutiset ja toiminta on pääasiassa kohdistettava. Kolmanneksi kysyttiin, mitä urheilujournalismin portaalia lukijat seuraavat Veikkaajat.comin lisäksi. Vastauksia tuli erilaisia, mutta suosituimmat portaalit olivat Jatkoaika.com sekä Urheilulehti. Näistä ei kumpikaan kuitenkaan varsinaisesti ole Veikkaajat.comin suora kilpailija, sillä

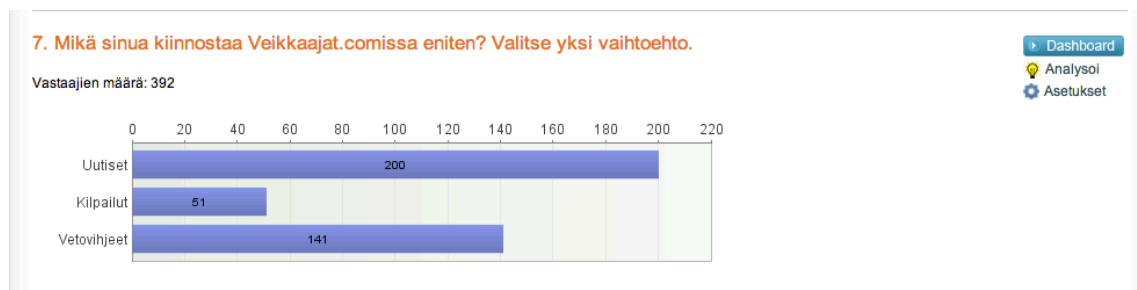
Jatkoaika on pelkästään jääkiekkoon keskittyvä sivusto ja Urheilulehti on ammattitoimitus.

Kyselyyn vastanneista suurin osa käy Veikkaajat.com-sivustolla päivittäin, vähintään viikottain (ks. kuvio 2). Tämä on Veikkaajat.comille erittäin positiivista, sillä useasti samaan paikkaan palaava asiakas tuskin on tyytymätön asiakas.



Kuvio 2. Kyselylomakkeen kysymys 4.

Kysymys viisi koski Veikkaajat.comin ulkoasua. Useat vastaajat pitivät ulkoasua sekavana, mutta sivuston ulkoasun keskiarvosana oli kuitenkin 3,22 5-portaisella arvoasteikolla, jossa 1 oli huono ja 5 erinomainen. Ulkoasun miellyttävyys liittyy olennaisesti myös sivuston journalistiseen puoleen, sillä alustan ulkomuoto ja käytettävyys tulee olla hyvää, jotta lukukokemus on positiivinen. Veikkaajat.comin olisi siis syytä kiinnittää huomiota sivuston ulkoasuun ja kehittää sen visuaalista puolta sekä käytettävyyttä. Ulkoasuun olisi voinut keskittyä tarkemminkin, mutta koska työ käsittelee vain uutistuotantoa, niin kyselyssä ei käyty ulkoasun kehitystä läpi tarkemmin.



Kuvio 3. Kyselylomakkeen kysymys 7.

Lukijoita kiinnostavat Veikkaajat.comissa eniten uutiset. Vedonlyönti kiinnostaa toiseksi eniten, mutta kilpailut kaikkein vähiten (ks. kuvio 3). Vastausvaihdot oli rajattu kolmeen, joten se muokkasi vastauksia. Tarkoituksena oli kuitenkin selvittää kiinnostavimmat asiat Veikkaajat.comin eniten tekemistä asioista, joten sen vuoksi keskityttiin ainoastaan kolmeen tärkeimpään vaihtoehtoon. Veikkaajat.comin kannattaa siis ehdottomasti panostaa tulevaisuudessa uutistyöskentelyyn ja vedonlyöntiin liittyviin asioihin, sillä ne kaksi asiaa kiinnostavat sivuston seuraajia selkeästi eniten. Uutistuotannon keskiarvosana on 5-portaisella asteikolla positiivinen tuloksella 3,41. Eniten lukijat pitävät videoista, jonka jälkeen vasta teksteistä. Kolmas vaihtoehto oli ”Joku muu, mikä?” ja siihen tuli useita vastauksia. Paljon kiitosta tuli uutisoinnin nopeudesta sekä siitä, miten laajalla rintamalla Veikkaajat.com uutisoi asioista. Seuraavassa lainauksia vapaamuotoisista vastauksista.

Kirjoittajat oikeasti tietävät mistä kirjoittavat, eikä uutisia uutisoida liian vakavalla ja tylsällä tavalla!

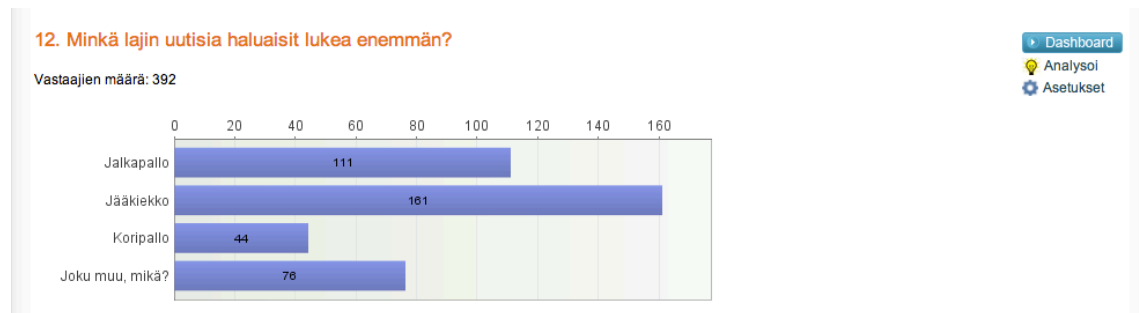
Erinomainen määrä. Veikkaajat.comin uutistuotanto on parasta tässä maassa määrällisesti. Uutisia tulee päivittäin laajasta kuin laajasta erittäin laajalta alalta, jolloin on tullut seurattua mm. Korisliigaa paljon tarkemmin kuin ennen pelkän SM-Liigan sijaan.

Lyhyet ja ytimekkäät jutut ja valtavirrasta poikkeavat tarinat. Esim. tämä missä kehitysvammainen poika pääsi pelaamaan koripalloa yms. mitä muualta ei tule vastaan niin usein.

Positiivinen ja romantisoiva asenne urheilua kohtaan. Tuodaan esiin monipuolisesti eri lajien suorituksia, jotka ansaitsevat maininnan.

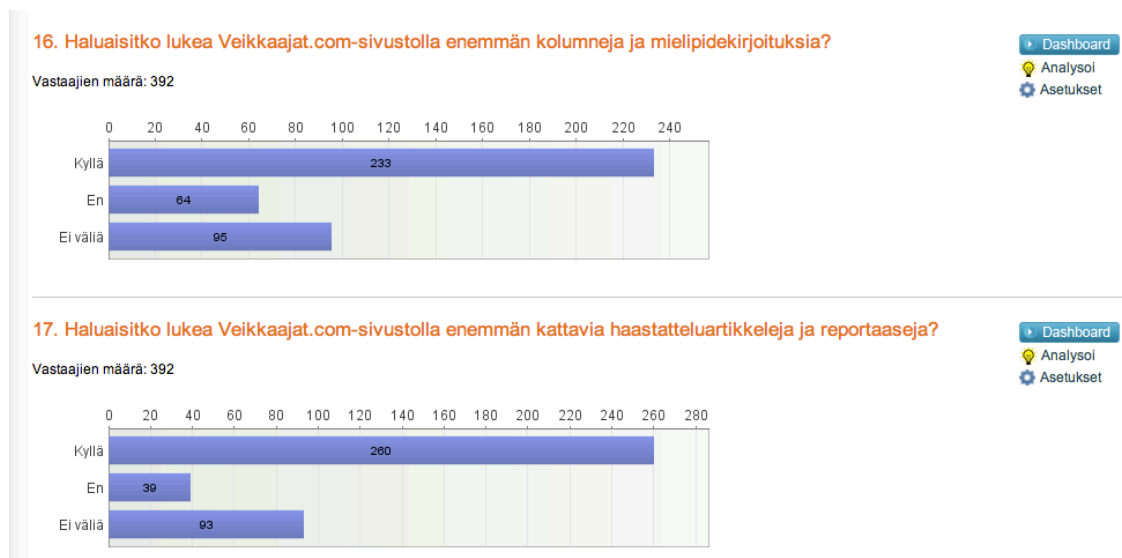
3.3 Ajankohtaisuus ja uutisvirta

Veikkaajat.com on ajankohtainen yli neljän keskiarvolla. Toimitus on tästä tietoinen itsekin, sillä he pyrkivät uutisoimaan urheilutapahtumista aina niin nopeasti kuin mahdollista. Jääkiekko on suosituin laji ja toiseksi suurin vastausryhmä lukee kaikista lajeista sopivassa suhteessa. Suurimpien lajien lisäksi useat lukijat toivoivat lisää uutisointia salibandystä ja lentopallosta (ks. kuvio 4).



Kuvio 4. Kyselylomakkeen kysymys 12.

Veikkaajat.comin uutisotsikoista pidetään keskiarvolla 3,41. Uutiset ovat lukijoiden mielestä myös helppolukuisia ja niiden rentous on hyvä juuri näin. Monet antoivat vapaissa kommentteissa positiivista palautetta siitä, että Veikkaajat.comin otsikot ovat sopivissa määrin rentoja, mutta kuitenkin informatiivisia. Selkeä enemmistö vastaajista haluaisi lukea Veikkaajat.comin sivuilla enemmän kolumneja, mielipidekirjoituksia, haastatteluartikkeleita ja reportaaseja (ks. kuvio 5). Haastatteluartikkelit ja reportaasit eritoten olivat toivottuja. Kysymyksenasettelu oli jälkeinpäin ajatellen hieman johdattelevaa, mutta näin suurella otannalla saadaan kuitenkin joka tapauksessa suuntaa antava tulos. Veikkaajat.comin tekijät totesivatkin ennakkohaastattelussa, että sivuston journalismia tulisi kehittää analyyttisempään suuntaan. Veikkaajat.comissa on kuitenkin töissä vain muutama toimittaja, jotka eivät työskentele sivuston parissa täyspäiväisesti, joten journalistisen puolen kehittäminen on olemassa olevilla resursseilla hankalaa. Ratkaisuna tähän olisi uusien kirjoittajien rekrytointi, jonka kautta sivustolla olisi enemmän tekijöitä ja sivuston journalistinen puoli olisi monipuolisempaa.



Kuvio 5. Kyselylomakkeen kysymykset 16 ja 17.

Huomionarvoista kyselyn tuloksissa oli se, että lukijoiden mielestä sivustolle ilmestyy uutisia sopivasti. 72 vastaajaa oli sitä mieltä, että uutisia ilmestyy liian harvoin, mutta vain 21 oli sitä mieltä, että uutisia ilmestyy liian usein. Tämä on positiivista, sillä uutisvirtaan ollaan tyytyväisiä, vaikka sisällöntuottajia ei olekaan kuin neljä.

3.4 Kritiikki

Kyselylomakkeen lopussa kysyttiin vapaita kehitysehdotuksia Veikkaajat.comin urheilu-uutisointiin. Koska kyselyn tulokset olivat sivustolle pääosin positiivisia, niin seuraavassa on koottu poimintoja kommentteista, joissa on kriittisempääkin sisältöä sekä hyviä kehitysehdotuksia.

Pidempiä juttuja. Suomalainen urheilujournalismi suorastaan huutaa kolumneja, blogimaisia tekstejä siitä, että mennään pintaa syvemmälle eikä vain linkitetä youtube-videoita. Yli 3000 merkin jutut olisivat todella jees, nykyään hyvä jos yltyvät kolmeen sataan.

Joskus uutiset ja jutut tuntuvat vähän klikkauksien hakemiselta. Tekstit ovat lyhyitä ja eivät tuo enää lisätietoa otsikkoon. Onko tarkoitus vain tulla siteeratuksi isommissa medioissa?

Kattavampaa uutisointia. Usein kun bongaan jonkun uutisen Veikkaajilta, pitää se käydä lukemassa jostain muualta, jos haluaa tietää asiasta enemmän.

Uutisenne tulevat nopeasti ja kattavasti, mutta ovat lähinnä toteavia ja otsikko kat-
taa lähes koko uutisen. Enemmän lihaa luiden ympärille ja analyysiä kehiin.

Suurin osa kriittisestä palautteesta koski uutisten lyhyttä. Suurena haasteena Veikkaajat.comilla onkin saada uutisiinsa enemmän sisältöä. Yhtenä ratkaisuna tähän olisi se, että toimittajat eivät vain tyytyisi nopeaan tärkeimmän uutisointiin, vaan lisäisivät uutiseen lisää tietoa myöhemmin, kun sitä olisi saatavilla. Päivitet-
tävyyden mahdollistaa, että uutisia voidaan korjata ja informaatiota lisätä tar-
peen mukaan. Urheilu-uutisten yhteydessä on jopa tyypillistä, että asiat voidaan
uutisoida välittömästi vain otsikoin tai tuloksin, mutta niitä päivitetään myöhem-
min kattavilla raporteilla, selostuksilla, haastatteluilla ynnä muulla. Näin mene-
tellään etenkin siinä tapauksessa, että toimittaja ei ole pystynyt kirjoittamaan
otteluraporttia valmiiksi, vaan joutuu tyytymään muiden uutistoimistojen tarjoa-
maan materiaaliin. (Paloheimo 2005.)

Uutisotsikot ovat välillä todella naurettavia. Ei hyvällä tavalla, mitä varmaankin ha-
ette. Esimerkkeinä tulee nyt viimeisimpänä mieleen 'Ai karmeeta', 'Voi morjensta'
ja 'Järkevä överirankkasade'. Jättäkää nämä rennot sanavalinnat otsikoista pois ja
sijoittakaa ne mielummin vaikka leipätekstiin. Aiheuttavat ennemminkin myötähä-
peän tunteen kuin pakkosiigata-fiiliksen. Ja suollatte uutisia niin mitättömistä asi-
oista, että on monasti käynyt jopa mielessä estää julkaisut seinältäni.

Journalismin taso ei ole minun mielestä siellä, missä sen tulisi olla. Parempaan
suuntaan on kuitenkin menty.

Veikkaajat.comin täytyy toiminnassaan ottaa huomioon se, että kaikkia ei voi
miellyttää. Se, mikä toisen lukijan mielestä on hauskaa, voi olla toisen mielestä
typerää. Siksi sivuston tekijöiden tulisikin jatkaa omalla tyyllillään, mutta kuiten-
kin varoa ylilyöntejä.

3.5 Tulokset tekijöiden silmin

Veikkaajat.comin tekijöitä Mikael Ketosta ja Tatu Virtasta haastateltiin uudelleen
kyselylomakkeen sulkeuduttua. Haastattelu tehtiin sunnuntaina 3.11.2013 inter-
netissä. Kyselyn raportti näytettiin tekijöille ja he saivat vapaasti vastata, mitä
mieltä olivat kyselyn tuloksista.

"Yllättävän positiivisesti jengi suhtautuu. On hienoa nähdä, että jengi on kuitenkin
suurimmalta osalta tyytyväinen uutistuotantoihin ja meidän omaan tyyliin, vaikka
muutama vetääkin siitä herneen nenään. Erinomainen kysely ja erinomaiset tulok-

set, jotka auttavat jatkossa.” (Ketonen, M. & Virtanen, T. henkilökohtainen tiedonanto 3.11.2013.)²

Ketonen ja Virtanen ovat sitä mieltä, että naislukijoita pitäisi saada lisää ja sivuston lukijoiden ikäjakauma on tekijöiden mielestä yllättävänkin tasainen (Ketonen & Virtanen 2013b).

”Urheilu-uutiset ja vedonlyönti ovat selvästi meidän kiinnostavimpia aiheitamme ja niitä pyritään parantamaan entisestään.” (Ketonen & Virtanen 2013b).

Veikkaajat.com aikoo edelleen keskittyä uutisoinnissa eniten jääkiekkoon ja jalkapalloon, sillä ne kiinnostavat, mutta kolumneja, mielipidekirjoituksia ja haastatteluja täytyy tehdä lisää. (Ketonen & Virtanen 2013b).

Uutisten määrä on hyvä päivittäin, mutta uutiset ovat yleisesti liian lyhyitä. Meidän täytyy vain saada juttuihin enemmän tekstiä ja hieman omaakin pohdintaa. Muilta sivuilta kopioidut, oman näköiseksi muokatut jutut eivät sytytä jengiä (Ketonen, M. & Virtanen, T. henkilökohtainen tiedonanto 3.11.2013.)

Veikkaajat.com aikoo myös kehittää uutistuotantoaan analyyttisempaan suuntaan kirjoittamalla omia ennakoita erilaisista turnauksista, kuten tulevista jääkiekon olympialaisista sekä jalkapallon MM-kisoista. Vaikka aiemmin tekijät totesivat, ettei sivuston ole varsinaisesti tarkoitus olla journalistinen, niin tekijät haluavat kuitenkin siirtyä journalistisempaan suuntaan, jotta Veikkaajat.com otettaisiin vakavasti.

² Jatkossa (Ketonen & Virtanen 2013b)

4 JOHTOPÄÄTÖKSET JA KEHITYSEHDOTUKSET

Piirainen ja Ollonqvist toteavat Puuttuva palanen -työssään, että juttutyyppien tutkiminen näytti osuvasti suuntaa sille, mikä suomalaisessa urheiluverkkojournalismissa on selkeä puute ja miten suomalaista urheiluverkkojournalismia voidaan tekstituotosten osalta kehittää. Analysoivat ja tarinoihin uutisten taustalla pureutuvat tekstilajit puuttuvat kilpailijoilta lähestulkoon täysin, kun puhutaan valtamedioiden, kuten MTV3:n ja Iltä-Sanomien, ulkopuolisista tahoista. (Piirainen & Ollonqvist 2013.) Veikkaajat.comin tekijähaastattelujen perusteella Piirainen ja Ollonqvist ovat oikeassa, ja Veikkaajat.cominkin tulisi vastaisuudessa kehittää juttutarjontaansa analysointiin sekä tarinoihin uutisten taustalla.

Kyselyn yksi yllättävimmistä tuloksista oli se, että naisia on lukijoista niinkin pieni osa. Kehitysehdotuksena tähän voisi olla se, että Veikkaajat.com ottaisi tiimiinsä naisjäsenen, joka kirjoittaisi urheilusta naisena ja naisen näkökulmasta. Hyvä idea vedonlyöntiin liittyen voisi olla myös se, että esimerkiksi jokin julkisuudesta tuttu naishenkilö antaisi omia vetovihjeitään Veikkaajat.comille, vaikka ei olisikaan niin perehtynyt urheiluun ja vedonlyöntiin. Vaikka sivusto onkin suunnattu selkeästi alle kolmekymppisille miehille, vanhempaakin kansaa voisi houkutella sivuston pariin esimerkiksi nostalgisilla vanhoilla videoilla tai tekemällä haastatteluja vanhoista urheiluihmisistä ”Missä he ovat nyt?” -tyylisesti.

Uutisointia pystytään kehittämään keskittymällä parempaan otsikointiin ja uutisoimalla aiheista laajemmin. Vaikka Veikkaajat.comin resursseilla on vaikea saada toimittajaa paikan päälle ottelutapahtumiin, uutisoitavat tapahtumat olisi tärkeää nähdä edes television kautta, jos mahdollista. Näin tekstiin saa heti lisää tietoa, kun ei luettele vain lukemia, vaan tietää myös mitä on tapahtunut. Verkkojournalismissa on myös se hyvä puoli, että vaikka Veikkaajat.com uutisoikin tapahtumista nopeasti vain tarvittavin tiedoin, uutisiin pystytään lisäämään asioita myös julkaisun jälkeen.

Lukijat kaipaavat kuitenkin enemmän myös salibandy-, golf- ja lentopallouutisia, joten jos Veikkaajat.com haluaa kasvattaa lukijamääriään, heidän täytyy kirjoit-

taa enemmän myös edellä mainituista urheilulajeista. Yhtenä ideana Veikkaajat.comin haastattelujuttujen lisäämisessä on teemahaastattelu, joka toistuu esimerkiksi kerran viikossa, tai kerran kuukaudessa. Kysytään esimerkiksi Veikkaajat.comin pidettyyn rentoon tyyliin 15 kysymyksen sarja urheiluihmiseltä, joka vastaa kysymyksiin. Toistuvalla juttusarjalla saataisiin tehtyä omaa Veikkaajat.comin näköistä sisältöä, ja kuitenkin myös lukijoiden kaipaamia haastatteluja. Myös kolumnien, mielipidekirjoitusten ja reportaasien määrää täytyy lisätä, sillä ihmiset lukevat niitä kyselyn perusteella mielellään.

Teetetty kyselytutkimus toi paljon tärkeää informaatiota Veikkaajat.comin uutistuotannon kehittämiseen. Palaute oli pääosin positiivista, ja se yllätti jopa tekijät. Sivuston lukijoiden sukupuoli- sekä ikäjakaumat antoivat tekijöille osviittaa siitä, että mihin suuntaan ja kenelle he voisivat toimintaansa laajentaa. Lukijat pitävät Veikkaajat.comia hyvänä ja nopeana urheilu-uutisten tuottajana, mutta lukijat kaipaavat nopeuden lisäksi juttuihin myös laajempaa sisältöä. Ihmiset pitävät eniten Veikkaajat.comin jakamista videoista, mutta sivuston pääpainopiste ei saa olla videoissa. Jos sivusto haluaa jatkaa laajenemistaan, kirjoittajien täytyy alkaa kirjoittaa enemmän omaa pohdintaa sisältäviä juttuja, kuten juuri kolumneja ja mielipidekirjoituksia. Myös haastattelujen määrän täytyy nousta, jos suurta lukijamäärää halutaan palvella paremmin.

Lukijat arvostavat Veikkaajat.comin rentoa ja muista poikkeavaa uutisointia, joka on yksi sivuston ehdottomista vahvuuksista. Kun media-alalla on tänä päivänä paljon erilaisia toimijoita, menestyäkseen on erotuttava. Veikkaajat.comin vahvuus muihin verrattuna on olla sopivalla tavalla humoristinen, mutta kuitenkin asiallinen ja faktoihin perustuva. Yksi Veikkaajat.comin potentiaalisista uutisten kehitysmahdollisuuksista on kirjoittaa asioista, joista muut eivät kirjoita. Kyselytutkimuksen perusteella sille olisi tilausta, sillä ihmiset lukevat mielellään asioista, jotka ovat heille uusia.

LÄHTEET

Facebook 2013. Viitattu 15.10.2013 <https://www.facebook.com/Veikkaajatcom>.

Hakkarainen, T. 2011. Twitter ja sosiaalinen media – Case: Urheilulehti. Laurea-ammattikorkeakoulu, opinnäytetyö.

Hirsjärvi, S. & Hurme H. 2001 Tutkimushaastattelu – Teemahaastattelun teoria ja käytäntö. Helsinki: Yliopistopaino.

Hirsjärvi, S. & Hurme, H. 2011: Tutkimushaastattelu. Helsinki: Gaudeamus Helsinki University Press.

Ketonen, M. & Virtanen, T. henkilökohtainen tiedonanto 26.9 2013.

Ketonen, M. & Virtanen, T. henkilökohtainen tiedonanto 3.11.2013.

Lindholm, A; Simovaara, J; Cantell, T. & Mielonen, H. 2011. Yleisötutkimus kulttuurialan opin-
näytetyönä. Humanistinen ammattikorkeakoulu.

Paloheimo, M. 2005. Viitattu 2.12.2013
http://www.widerscreen.fi/2005/2/verkkojulkaisut_urheilujournalismin_valineena.htm

Piirainen, J. & Ollonqvist, M. 2013. Puuttuva palanen. Turun ammattikorkeakoulu, opinnäytetyö.

Twitter 2013. Viitattu 15.10.2013 <https://twitter.com/Veikkaajat>

University of Art and Design Helsinki 2013. Viitattu 4.11.2013
<http://www2.uiah.fi/projekti/metodi/064.htm#kysely>.

Veikkaajat.com 2013. Viitattu 15.10.2013 <http://veikkaajat.com/>.

Tekijähaastattelun kysymykset 26.9.2013

1. Millaisena mediana näette Veikkaajat.comin?
2. Kenelle sivusto on suunnattu?
3. Millaisena sivustona haluaisitte nähdä Veikkaajat.comin?
4. Mitkä ovat sivuston vahvuudet?
5. Missä teidän mielestänne Veikkaajat.comilla on eniten kehitettävää?
6. Mitä mieltä olette Veikkaajat.comin journalistisesta puolesta?
7. Onko teillä kehitysideoita Veikkaajat.comin journalistiselle puolelle?
8. Miten haluaisitte kehittää sivustoa?
9. Mitä kyselytutkimuksessa pitäisi mielestänne kysyä?
10. Kuinka laaja kyselyn tulisi olla?
11. Mihin haluaisitte sen keskittyvän?
12. Mitä haluaisitte tutkimuksella saatavan aikaan?
13. Mikä on mielestänne tutkimuksen tavoite?

Liite 2

Kyselytutkimus

Kyselyssä on Turun Ammattikorkeakoulun opinnäytetyö, joka tehdään yhteistyössä Veikkaajat.comin ja Turun Ammattikorkeakoulun kanssa. Kyselyyn vastataan nimettömänä, ja lomakkeen tiedot käsitellään luottamuksellisesti, mutta vastauksia käsitellään työssä, jotta sen avulla saataisiin paras mahdollinen lopputulos.

1. Sukupuoli? *

- ☐ Mies
- ☐ Nainen
- ☐ En halua vastata

2. Ikä? *

- ☐ Alle 18
- ☐ 18-25
- ☐ 26-33
- ☐ 34-41
- ☐ Yli 41

3. Mitä julkaisuja/portaaleja urheilujournalismissa seuraat (muuta kuin Veikkaajat.com)?

4. Miten usein käyt Veikkaajat.com-sivustolla?

- ☐ Päivittäin
- ☐ Viikottain
- ☐ Muutaman kerran kuussa
- ☐ Harvemmin

5. Mitä mieltä olet Veikkaajat.comin ulkoasusta? *

- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1=huono, 5=erinomainen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

6. Miksi seuraat Veikkaajat.comia? Voit valita usean vaihtoehdon. Kilpailuilla tarkoitetaan Veikkaajat.comin järjestämiä kisoja, joista voi voittaa mm. rahaa, ottelulippuja tai -matkoja. *

- ☐ Vedonlyönti
- ☐ Urheilu-uutiset
- ☐ Kilpailut

7. Mikä sinua kiinnostaa Veikkaajat.comissa eniten? Valitse yksi vaihtoehto. *

- ☐ Uutiset
- ☐ Kilpailut
- ☐ Vetovihjeet

8. Minkä tasoista Veikkaajat.comin uutistuotanto mielestäsi on? *

- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1=huono, 5=erinomainen | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

9. Mikä Veikkaajat.comin uutistuotannossa on mielestäsi parasta? *

- ☐ Tekstit
- ☐ Videot
- ☐ Joku muu, mikä?

10. Miten Veikkaajat.com on mielestäsi ajan hermolla? *

- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|-----------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1=huonosti, 5=erinomaisesti | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

11. Minkä lajin uutisointia luet eniten? *

- ☐ Jalkapallo
☐ Jääkiekko
☐ Koripallo
☐ Kaikkia sopivassa suhteessa
☐ Joku muu, mikä?

12. Minkä lajin uutisia haluaisit lukea enemmän? *

- ☐ Jalkapallo
☐ Jääkiekko
☐ Koripallo
☐ Joku muu, mikä?

13. Millaisia Veikkaajat.comin uutisotsikot mielestäsi ovat? *

- | | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
|--------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 1=huonoja, 5=erinomaisia | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

14. Ovatko Veikkaajat.comin uutiset helppolukuisia? *

- ☐ Kyllä
☐ Ei
☐ Menettelee

15. Millaista Veikkaajat.comin uutisoinnin pitäisi olla? *

- ☐ Rennompaa
☐ Vakavampaa
☐ Näin on hyvä

16. Haluaisitko lukea Veikkaajat.com-sivustolla enemmän kolumneja ja mielipidekirjoituksia? *

- ☐ Kyllä
☐ En
☐ Ei väliä

17. Haluaisitko lukea Veikkaajat.com-sivustolla enemmän kattavia haastatteluartikkeleja ja reportaaseja? *

- ☐ Kyllä
☐ En
☐ Ei väliä

18. Ilmestyykö Veikkaajat.comiin uutisia mielestäsi...? *

- ☐ Sopivasti
☐ Liian usein
☐ Liian harvoin

19. Vapaat kehitysehdotukset Veikkaajat.comin urheilu-uutisointiin? Mikä on hyvää ja mikä huonoa?

20. Halutessasi voit antaa palautetta kyselystä tähän vastauslaatikkoon, kiitos.